

ANALISIS DISTRIBUSI HASIL TANGKAPAN BERDASARKAN AKTIVITAS PASAR DAN PEMASARAN PELABUHAN PERIKANAN JAWA TENGAH

Andi Perdana Gumilang*¹

¹Program Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon
Jl. Perjuangan No. 17 By Pass Cirebon, Indonesia

E-mail: andiperdanag@gmail.com

ABSTRAK

Pelabuhan perikanan memiliki fungsi sebagai tempat pemasaran dan distribusi ikan. Seiring dengan meningkatnya permintaan komoditas perikanan maka diperlukan kajian distribusi hasil tangkapan demi terwujudnya bisnis perikanan tangkap. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji distribusi pemasaran hasil tangkapan pada pelabuhan perikanan di Jawa Tengah berdasarkan aspek pasar dan pelaku pemasaran. Metode penelitian adalah metode survei dengan mengamati dan mengkaji faktor-faktor yang berkaitan dengan distribusi pemasaran hasil tangkapan. Analisis dilakukan secara deskriptif komparatif melalui penyajian peta distribusi dan tabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persebaran hasil tangkapan di pantai utara Jawa Tengah berdasarkan pasar meliputi pasar lokal dan regional. Ada tiga model yang ditemukan berdasarkan distribusi hasil tangkapan pelaku pemasaran. Model distribusi pertama dari nelayan ke tempat pelelangan ikan (TPI), kemudian pengepul/pedagang dilanjut ke pedagang besar, pengecer dan konsumen. Model kedua hampir sama dengan model pertama, setelah pengumpul mengolah ikan, dilanjutkan ke pengecer dan menjualnya ke konsumen. Model ketiga adalah hasil tangkapan nelayan langsung ke pengecer kemudian diteruskan ke konsumen.

Kata Kunci: Distribusi, Hasil Tangkapan, Pemasaran, Pelabuhan Perikanan

ABSTRACT

The fishing port has a function as a place for marketing and distribution of fish. Along with the increasing demand for fishery commodities, it is necessary to study the distribution of catches for the realization of the capture fisheries business. This study aims to examine the marketing distribution of catches at fishing ports in Central Java based on market aspects and marketing actors. The research method is a survey method by observing and assessing factors related to the marketing distribution of the catch. The analysis was carried out in a comparative descriptive manner through the presentation of distribution maps and tables. The results showed that the distribution of catches on the north coast of Central Java was based on local and regional markets. There are three models found based on the distribution of catches of marketers. The first distribution model is from fishermen to fish auction places (TPI), then collectors/traders continue to wholesalers, retailers and consumers. The second model is almost the same as the first model, after the fish collectors, proceed to retailers and sell them to consumers. The third model is the catch of fishermen directly into income that is beneficial to consumers..

Keywords: Distribution, Catch, Marketing, Fishing Port

PENDAHULUAN

Pelabuhan perikanan memiliki peran dan fungsi yang sangat sentral dalam menentukan pengembangan perikanan tangkap. Pelabuhan perikanan yang dibangun perlu berperan dalam membawa aktivitas yang berkaitan dengan manajemen dan pendayagunaan sumber daya ikan dan lingkungannya. Parameter suatu pelabuhan perikanan telah beroperasi atau belum beroperasi, perlu mengacu kepada peranan pelabuhan perikanan. Berdasarkan UU RI No.45/2009 tentang perubahan atas UU No.31/2004 tentang perikanan dinyatakan bahwa peranan pelabuhan perikanan salah satu diantaranya adalah berupa pemasaran dan distribusi ikan. Lebih lanjut menurut Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor PER. 08/MEN/2012 pasal 3, Pelabuhan Perikanan juga mempunyai peranan sebagai pemerintahan dan perusahaan. Salah satu peranan pelabuhan perikanan dalam hal perusahaan adalah pemasaran dan distribusi ikan.

Pelabuhan perikanan di wilayah pantura Jawa Tengah memiliki potensi yang sangat besar dalam mendistribusikan hasil tangkapan mengingat wilayah pantura Jateng memiliki aktivitas perikanan tangkap yang padat serta daerah pengonsumsi ikan segar dan ikan olahan yang terus berkembang seiring dengan tersebarnya keberadaan pelabuhan perikanan di wilayah tersebut. Kegiatan distribusi di pelabuhan perikanan pantura Jateng memiliki beberapa aspek penting antara lain sarana penunjang kegiatan distribusi hasil tangkapan, penanganan hasil tangkapan, dan jalur distribusi hasil tangkapan. Distribusi sangat penting, dan dapat menjual barang secara luas ke lokasi konsumen (Slamet, 2013). Distribusi pemasaran produk perikanan menjadi penting mengingat sifat produk perikanan yang *high perishable* (mudah rusak) sehingga harus mendapatkan perhatian khusus sebagai salah satu kunci

pengembangan usaha (Triyanti dan Shafitri, 2012).

Aliran produk perikanan mulai dari dermaga pelabuhan hingga ke tangan konsumen perlu dilakukan proses penanganan yang baik. Kegiatan distribusi akan sangat menentukan cara pendistribusian hasil tangkapan, kondisi hasil tangkapan yang akan didistribusikan, biaya distribusi, dan harga hasil tangkapan di pasar. Namun permasalahan yang masih ada adalah pelabuhan perikanan belum menjadi media penghubung distribusi ikan sehingga mengakibatkan oversupply dan penurunan kualitas hasil tangkapan. (Solihin dan Putri, 2012).

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan peran pelabuhan perikanan dalam distribusi pemasaran didasarkan pada pemanfaatan informasi distribusi hasil tangkapan dari beberapa pelabuhan perikanan di pantai utara Jawa Tengah oleh pelaku pasar dan pemasaran, karena dari segi kegiatan, semuanya melayani distribusi permintaan ikan.

Berdasarkan keadaan tersebut, maka perlu dilakukan kajian persebaran hasil tangkapan di pelabuhan perikanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji distribusi pemasaran hasil tangkapan dari pelabuhan perikanan di pantai utara Jawa Tengah berdasarkan aspek pasar dan pelaku pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada lima Pelabuhan Perikanan wilayah Pantai Utara Jateng. Alasan pengambilan lokasi penelitian karena telah mewakili kelas pelabuhan perikanan di Pantai Utara Jateng berdasarkan aspek teknis dan operasional. Pelabuhan perikanan yang dimaksud yaitu PPN Pekalongan Kota Pekalongan, PPP Asemduyong Kabupaten Pemalang, PPP Klidang Lor Kabupaten Batang, PPP Morodemak Kabupaten Demak, dan PPP Bajomulyo Kabupaten Pati.

Pengumpulan data

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode penyelidikan adalah memperoleh fakta dari gejala yang ada dan menggali informasi faktual dari kelompoknya (Nazir, 2011). Survei dilakukan dengan mengamati dan mengkaji faktor-faktor yang berhubungan dengan distribusi hasil tangkapan, meliputi kegiatan distribusi, saluran pemasaran, jumlah distribusi hasil tangkapan pemasaran, dan tujuan distribusi pemasaran.

Data yang diperoleh meliputi data primer dan data sekunder. Data yang terkumpul ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis data yang dikumpulkan untuk distribusi volume tangkapan

Data yang Dibutuhkan	Sumber Data	Metode
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hasil tangkapan yang didistribusikan (volume, daerah pemasaran, tujuan pemasaran) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pusat Informasi Pelabuhan Perikanan KKP ▪ Dinas Perikanan dan Kelautan, BPS ▪ Pengelola pelabuhan ▪ Pedagang ikan 	<ul style="list-style-type: none"> Data sekunder dan wawancara

Data primer diperoleh dengan mengamati berbagai kegiatan yang dilakukan di pelabuhan. Selain itu, metode purposive sampling digunakan untuk melakukan wawancara dengan orang yang diwawancarai, yaitu sampel-sampel yang dianggap mewakili kepentingan penelitian dan dapat berkomunikasi dengan baik. Narasumber yang diwawancarai di masing-masing pelabuhan adalah 2 pengelola pelabuhan perikanan, 10 nelayan, dan 4 pedagang ikan/Bakul. Data sekunder ini berasal dari beberapa instansi

terkait, antara lain Pelabuhan Perikanan, Pusat Informasi Pelabuhan Perikanan (PIPP) Kementerian Kelautan & Perikanan, Badan Pusat Statistik dan literatur internet.

Analisis data

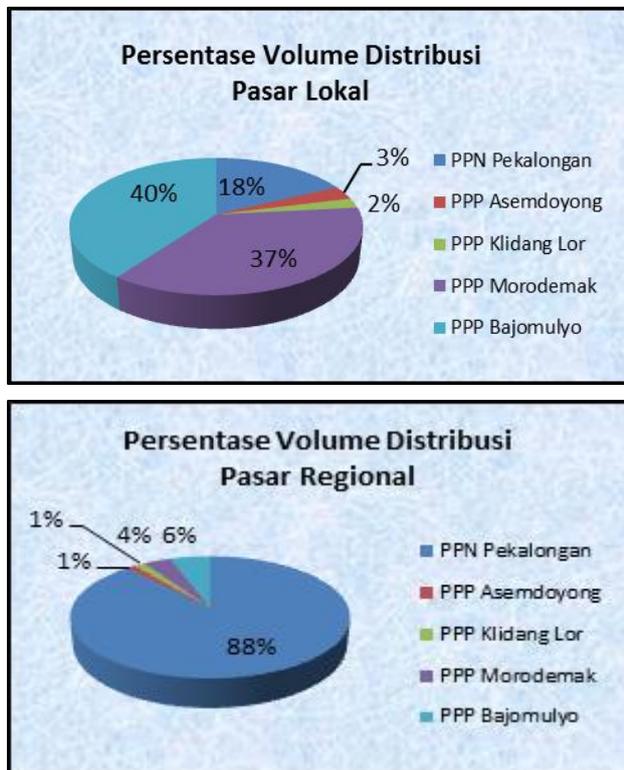
Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif komparatif berdasarkan distribusi hasil tangkapan pelaku pasar dan pemasaran. Hasil tangkapan yang dialokasikan pasar dibagi menjadi pasar lokal dan pasar regional. Pada saat yang sama, menurut entitas pemasaran, itu dibagi menjadi entitas pemasaran di pelabuhan dan entitas pemasaran di luar pelabuhan. Data primer dan data sekunder yang terkumpul disajikan dalam bentuk peta, grafik dan tabel. Peta dibuat melalui analisis deskriptif menggunakan software ArcGIS 10.3 agar lebih informatif. Cara membuat peta adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat peta konsep, merinci informasi yang akan ditampilkan pada peta. Informasi ini digunakan untuk mendesain database;
- 2) Mengumpulkan data sesuai dengan desain pemetaan yang akan disusun;
- 3) Memasukkan data ke dalam database;
- 4) Mendigitalkan peta;
- 5) Membuat peta persebaran hasil tangkapan di pelabuhan perikanan pantai utara Jawa Tengah menurut pasar;
- 6) Menampilkan peta dalam bentuk tematik.
- 7) Menganalisis hasil peta dengan membandingkan distribusi hasil tangkapan pasar dan pelaku pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran pelabuhan perikanan dalam perikanan laut sangat penting, karena pelabuhan perikanan merupakan pusat perekonomian sejak ikan ditangkap dari DPI hingga dijual di pelabuhan perikanan (Lubis, 2011). Berdasarkan pengamatan sistem pemasaran dan distribusi hasil tangkapan yang ada di pelabuhan perika

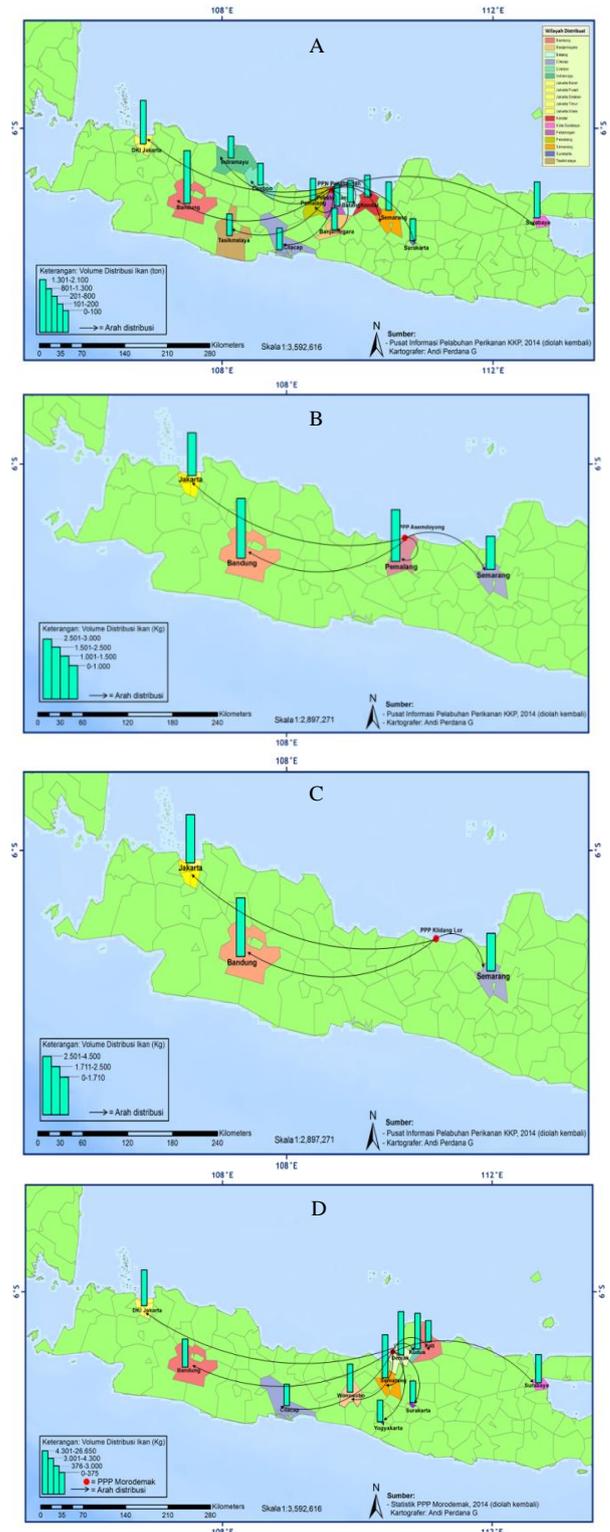
nan di wilayah Pantura Jawa Tengah, dapat dibagi menjadi dua kategori. yaitu distribusi lokal dan regional. Persentase Volume distribusi pemasaran ikan di lima pelabuhan perikanan pantura Jateng dapat dilihat pada Gambar 1.

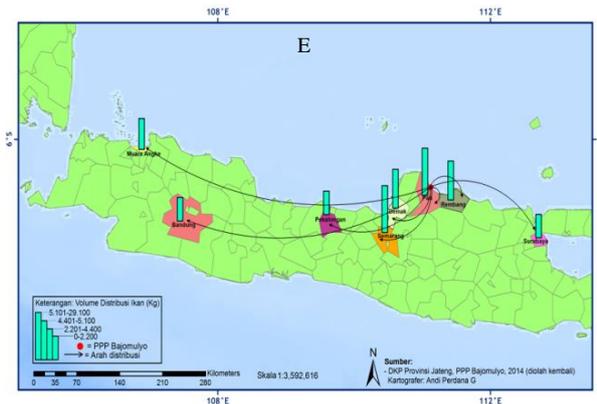


Gambar 1. Persentase Volume Distribusi Pemasaran Ikan Berdasarkan Pasar

Berdasarkan Gambar 1 persentase volume distribusi hasil tangkapan terbesar pada pelabuhan perikanan Pantura Jateng untuk pasar lokal adalah PPP Bajomulyo (40%) dan pasar regional adalah PPN Pekalongan (88%). Jenis tangkapan biasanya ikan pelagis kecil. Hal ini disebabkan karena lokasi pelabuhan perikanan yang dekat dengan perairan Jawa atau daerah penangkapan (*foreland*) dari Wilayah Pengelolaan Perikanan (WPP) 712. Kegiatan pendistribusian meliputi pendistribusian ikan segar, ikan beku dan ikan olahan. Secara umum, di distribusi hasil tangkapan pelabuhan terutama melalui jalur darat. Distribusi hasil tangkapan pelabuhan perikanan melibatkan proses pengembangan pelabuhan perikanan yang dipengaruhi oleh

faktor kewilayahan. Salah satu faktor kewilayahan pelabuhan perikanan adalah penduduk suatu wilayah, terutama dalam konsumsi ikan yang juga dapat diartikan sebagai potensi pasar (PKSPL, 2000). Distribusi pemasaran ikan pelabuhan perikanan di pantura Jateng dapat dilihat pada Gambar 2.





Keterangan: (A) PPN Pekalongan, (B) PPP Asemtoyong, (C) PPP Klidang Lor, (D) PPP Morodemak, (E) PPP Bajomulyo

Gambar 2. Distribusi Pemasaran Ikan Pelabuhan Perikanan di Pantura Jateng

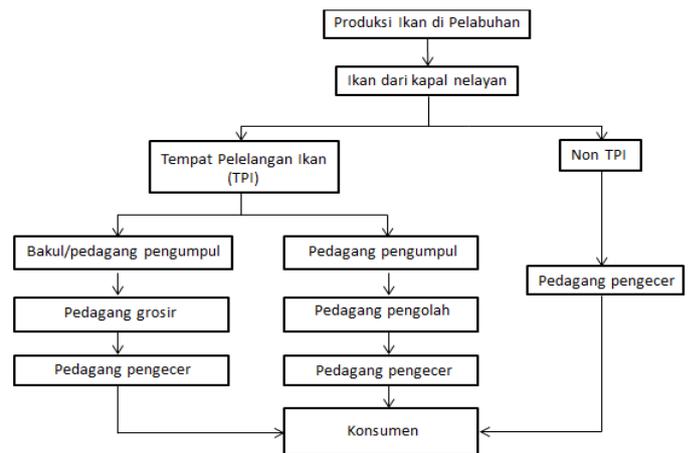
Gambar 2 menunjukkan bahwa distribusi pemasaran ikan setiap pelabuhan memiliki kemampuan distribusi yang berbeda. Hal ini terkait dengan kemampuan ketersediaan produksi bahan baku ikan, perusahaan pengolah/pengirim hingga pemasar. Keberadaan pelabuhan perikanan yang tersebar di pantura Jateng tentunya memerlukan pengembangan pasar dalam upaya mengembangkan industri perikanan tangkap mengingat hasil tangkapan nelayan akan bernilai ekonomi apabila dipasarkan. Lebih dari itu pengembangan pasar dapat meningkatkan perekonomian suatu wilayah. Mengingat peran pasar sebagai sentral pelayanan aktivitas ekonomi masyarakat di dalam suatu daerah dan memiliki keterlibatan dengan sektor perdagangan terhadap barang dan jasa. (Muljaningsih, S. 2008). Selain itu sektor perikanan juga bisa membagikan dampak terhadap kegiatan ekonomi di berbagai wilayah. Dampaknya yaitu berupa kontribusi terhadap PDRB (Hamidi et al., 2011 ; Rizal, 2013;Rostar et al., 2015; TataIi et al., 2013).

Distribusi tangkapan berdasarkan pelaku pemasaran

Distribusi hasil tangkapan dari pelabuhan perikanan di wilayah Pantura Jawa Tengah didasarkan pada tiga pola yang

ditemukan oleh pelaku pemasaran, seperti terlihat pada Gambar 3. Model pertama adalah distribusi dari nelayan ke tempat pelelangan ikan (TPI), kemudian pengepul/pedagang bakul berlanjut ke pedagang besar, pengecer dan konsumen.

Munculnya model ini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan ikan segar. Model pertama muncul di PPN Pakalongan, PPP Asemtoyong, PPP Klidang Lor, PPP Morodemak dan PPP Bajomulyo.



Gambar 3. Distribusi hasil tangkapan pemasar

Model kedua hampir mirip dengan model pertama, hanya saja ikan dari pengepul diolah atau diawetkan, kemudian diserahkan ke pengecer untuk dijual ke konsumen. Secara umum, kemunculan model ini untuk memenuhi kebutuhan warga di luar kota akan ikan segar atau olahan, meskipun produk ini juga bisa dijual ke warga sekitar. Model ketiga adalah dari nelayan langsung ke pengecer, kemudian ke hasil tangkapan konsumen. Pola ini terjadi ketika nelayan tidak melelang hasil tangkapannya dan menjualnya langsung ke pengecer. Model ketiga terlihat di PPN Pekalongan dan PPP Bajomulyo.

Berdasarkan Gambar 3, panjang pola sebaran yang berbeda pada produk perikanan tergantung pada beberapa faktor. Hanafiah dan Saefuddin (2006) mengemukakan bahwa faktor-faktor tersebut pertama-tama meliputi jarak antara

produsen dan konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen, semakin panjang saluran yang dilalui produk tersebut. Kedua, produk yang mudah rusak harus cepat diterima oleh konsumen, sehingga diperlukan saluran yang pendek dan cepat. Yang ketiga adalah skala produksi. Jika skala produksi kecil, jumlah produk yang dihasilkan sedikit, dan jika produsen menjualnya langsung ke pasar, maka tidak menguntungkan. Dalam hal ini, keberadaan perantara sangat diharapkan, sehingga saluran yang dilalui produk seringkali sangat panjang. Keempat, situasi keuangan. Produsen dengan modal kuat cenderung memperpendek saluran transaksi. Dalam penelitian ini, model distribusi hasil tangkapan berdasarkan pelaku pemasaran secara umum masih belum efisien karena masih banyak tengkulak di jalur distribusi yang terlibat. Selain itu belum efisiennya saluran pemasaran hasil perikanan karena tidak memberikan nilai tambah yang sepadan bagi para pelaku pemasaran. Lokasi sentra produksi perikanan yang jaraknya jauh dengan daerah sentra konsumsi atau sentra pengolahan mengakibatkan relatif panjangnya saluran pemasaran hasil perikanan. Permasalahan pemasaran hasil perikanan karena masih adanya pola hubungan patron-klien antara nelayan dengan juragan darat dengan pedagang pengumpul. Pola hubungan ini sangat dipengaruhi oleh aspek ekonomi yang saling membutuhkan.

Nelayan memiliki modal kerja yang terbatas dan digunakan untuk membeli input produksi dan modal operasi. Memperoleh dana dari lembaga keuangan formal membutuhkan banyak waktu dan waktu yang lama, sehingga pada akhirnya sebagian besar nelayan lebih memilih untuk meminjam dari tuan tanah atau penggalang dana. Akan tetapi, obligasi jenis ini tidak sebatas pinjam meminjam, tetapi disertai dengan kewajiban menjual hasil tangkapannya kepada peminjam modal. Dalam hal ini penentuan harga jual ikan oleh nelayan lebih

ditentukan oleh nahkoda atau pengumpul. Karena hubungan antara nelayan dengan nahkoda atau penerima barang, nelayan tidak memiliki pilihan lain untuk menjual hasil tangkapannya kepada pedagang lain yang menawarkan harga beli yang lebih tinggi. Karena konsumen tidak dapat membeli ikan langsung dari nelayan, mereka harus melalui pedagang, sehingga saluran distribusi ikan segar di pelabuhan termasuk dalam saluran distribusi tidak langsung. Sebelum produk akuatik sampai ke konsumen, mereka harus melewati beberapa agen pemasaran seperti pengumpul, grosir, dan pengecer.

KESIMPULAN

Ada dua jenis distribusi hasil tangkapan ikan berdasarkan pasarnya, yaitu distribusi pasar lokal dan distribusi pasar regional untuk memenuhi permintaan pasar domestik. Berdasarkan distribusi hasil tangkapan ikan pelaku pemasaran pelabuhan, ditemukan tiga model, yaitu dua model melalui Tempat Pelelangan Ikan (TPI) dan satu model melalui non-TPI. Secara umum model distribusi penangkapan ikan berdasarkan pelaku pemasaran masih belum efisien, karena partisipasi tengkulak dalam saluran distribusi masih relatif lama. Dalam hal ini keterlibatan peran pemerintah dalam membenahi rantai distribusi perikanan dibutuhkan agar bisa menjadi lebih efisien.

Terkait penelitian ini disarankan perlu adanya perbaikan dari aspek pengelolaan sebagai fungsi pusat pemasaran dan distribusi hasil tangkapan melalui intervensi pemerintah agar rantai distribusi perikanan di Pantura Jawa Tengah menjadi efisien. Disamping perlunya juga mengatasi permasalahan pada distribusi hasil tangkapan agar dapat teratasi menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

[BPS] Badan Pusat Statistik. 2017. *Profil Pelabuhan Perikanan 2016*.

- Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik.
- [Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Tengah]. 2014. *Laporan Tahunan 2014 Pelabuhan Perikanan Pantai Morodemak*. Demak.
- [Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pati]. *Profil TPI Juwana Unit 2 2014*. Pati.
- Hamidi, W., R. B. Ningsih dan M. Sari. 2011. *Kontribusi sektor perikanan dalam peningkatan perekonomian Provinsi Riau*. Jurnal Ekonomi Pembangunan. Vol 19 (2).
- Hanafiah AM, Saefuddin AM. 2006. *Tata Niaga Hasil Perikanan*. Jakarta (ID): UI Pr
- [KKP] Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2012. *Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor PER. 08/MEN/2012 tentang Kepelabuhan Perikanan*. Jakarta (ID): Biro Hukum KKP.
- [KKP] Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2014. *Analisis Data Pokok Kelautan dan Perikanan 2014*. Jakarta (ID): Pusdatin KKP.
- [KKP] Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2014. *Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 45/KEPMEN-KP/2014 tentang Rencana Induk Pelabuhan Perikanan Nasional*. Jakarta (ID): Biro Hukum KKP.
- Lubis, E. 2011. Kajian Peran Strategis Pelabuhan Perikanan terhadap Pengembangan Perikanan Laut. *Akuatik Jurnal Sumberdaya Perairan*. 5(2): 1-7.
- Muljaningsih, S.2008. Keberadaan Pasar Memberikan Multiplier Effect terhadap Pengembangan Ekonomi Wilayah. *Jurnal Agribisnis Kerakyatan*. Volume 1 (2): 17-35v
- [PKSPL-IPB] Pusat Kajian Sumberdaya Pesisir dan Lautan. 2000. *Studi Pengembangan Pelabuhan Perikanan di Pantura Jawa Serta Sistem Data dan Informasi*. Bogor (ID): PKSPL-IPB.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang Nomor 45 Tahun 2009 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 31 tahun 2004 tentang Perikanan*. Jakarta: Republik Indonesia.
- Rizal,A. 2013. *Kinerja Sektor Perikanan Provinsi Banten*. Jurnal Akuatika. Vol 4 (1) hal 21-34.
- Rostar, M., Hendrik dan L. Bathara. 2015. *Kontribusi Subsektor perikanan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kepulauan Meranti Provinsi Riau*. Jurnal Online Mahasiswa. Vol 2 (1): 1-8.
- Slamet G. 2013. *Analisis Saluran Distribusi dan Perilaku Konsumen*. Jurnal Mimbar Bumi Bengawan. 6(13):40-47.
- Solihin, I dan TE, Putri. 2012. Pola Interaksi antar Pelabuhan Perikanan di Kabupaten Sukabumi. *Buletin PSP*. 20(3):347-358.
- Tatali, A. A., E. Mantjoro dan F. V. Longdong. 2013. *Perkembangan Ekonomi Subsektor Perikanan di Kabupaten Minahasa Selatan Provinsi Sulawesi Utara*. Jurnal Ilmiah Platax. Vol 1(2): 81-86.

Triyanti R, Shafitri N. 2012. *Kajian Pemasaran Ikan Lele (Clarias sp) Dalam Mendukung Industri Perikanan Budidaya (Studi Kasus di Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah)*. Jurnal Sosek KP. Vol. 7 (2): 177-191